

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, PROMOSI DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO V5 PLUS  
DI PLASA MARINA**



**Oleh:  
AKHMAD GHOZALI ZULKARNAEN  
NPM: 13.1.02.08584**

**Program Studi: Manajemen  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)  
SURABAYA  
2017**

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, PROMOSI DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO V5 PLUS  
DI PLASA MARINA**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**



**OLEH :  
AKHMAD GHOZALI ZULKARNAEN  
NPM : 13.1.02.08584**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)  
SURABAYA  
2017**

**PENGARUH *BRAND AMBASADOR*, PROMOSI DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE  
VIVO V5 PLUS DI PLASA MARINA**

**Dipersiapkan dan disusun oleh :**

**AKHMAD GHOZALI ZULKARNAEN  
NPM : 13.1.02.08584**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada Tanggal 13 Oktober 2017**

**Susunan Tim Penguji :**

**Ketua : Dr. Hendri Sockotjo, S.E., M.M.**

**Anggota : 1. Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M**


**2. Dra. Siti Rokhmi Fuadati, M.Si.**


**Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima**

**Oleh :**

**Dosen Pembimbing**

**Ketua Program Studi Manajemen**

  
**Dr. Hendri Sockotjo, S.E., M.M.**

  
**Dr. Triyonowati, M.Si.**

**Ketua STIESIA**

  
  
**Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.**

### PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **AKHMAD GHOZALI ZULKARNAEN**

N.P.M : **13.1.02.08584**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO V5 PLUS DI PLASA MARINA”**

Yang diajukan untuk diuji pada tanggal 7 Oktober 2017, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 7 Oktober 2017  
Yang membuat pernyataan



**AKHMAD GHOZALI ZULKARNAEN**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Akhmad Ghozali Zulkarnen  
NPM : 13.1.02.08584  
Program Studi : Manajemen  
Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 31 Desember 1994  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak ke : 6/2  
Alamat Rumah : Jl. Gubeng Kertajaya 8C/27C  
Status : Belum Menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Dwi Wahyuono  
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Gubeng Kertajaya 8C/27C  
Alamat Kantor/Telepon : -  
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD ISLAM AL-AZHAR Tahun 2007
2. Tamat SMP di SMP Negeri 19 Surabaya Tahun 2010
3. Tamat SMA di SMA Negeri 4 Surabaya Tahun 2013
4. Perguruan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya	Jl. Menur Pumpungan No. 30 Surabaya	VII	2017	Strata 1

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/ Golongan	Jabatan
2015	PT Eigel Group	-	Marketing
2016	PT ZARA	-	SPB

Dibuat dengan sebenarnya

**AKHMAD GHOZALI ZULKARNAEN**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahanrahmat, hidayah serta anugrah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi inidengan judul **“PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO V5 PLUS DI PLASA MARINA”** Penyusunan skripsi ini untukmemenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik bantuan moril maupun materiil. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dr.Triyonowati, M.Si.selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Bapak Hendri Soekotjo, Dr., S.E., M.Mselaku dosen pembimbingyang telah meluangkan banyak waktu sehingga penelitian ini terselesaikandengan baik.
4. Bapak Dr. Djawoto, S.E., M.M. selaku Dosen Wali kelas SM-3 yang telahmemberikan arahan dan motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Segenap Bapak dan Ibu Dosen STIESIA yang telah memberikan ilmu danpengetahuan kepada penulis selama masa studi di STIESIA Surabaya.
6. Orang tua saya, Dwi Wahyuono dan Latifah Mukti yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabatku tercinta Andhika, Defan, Rudy, Rifqi, Eri, Edward, Faisal, Aldion, Kukuh dan seluruh teman-teman SM-3 yang telah memberikan motivasi dan doa sehingga semuanya dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

8. Serta pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam penelitian ini sehingga terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari sempurna, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk penyempurnaan penulisan berikutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun para pembaca sehingga dapat menambah informasi dan wacana.

Surabaya, September 2017

**AKHMAD GHOZALI ZULKARNAEN**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL SKRIPSI .....	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
 <b>BAB 1 : PENDAHULUAN</b> .....	 1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1. Manfaat Teoritis .....	6
2. Manfaat Praktis .....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7



<b>BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS .....</b>	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Teoritis ... ..	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	8
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	10
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2. Tahap – Tahap Keputusan Pembelian.....	11
3. Indikator Keputusan Pembelian .....	12
2.1.4 <i>Brand Ambassador</i> .....	12
1. Pengertian <i>Brand Ambassador</i> .....	12
2. Atribut <i>Brand Ambassador</i> .....	14
2.1.5 Promosi.....	15
1. Pengertian Promosi .....	15
2. Tujuan Promosi .....	16
3. Unsur – Unsur Promosi.....	16
4. Indikator Promosi .....	18
2.1.6 Harga.....	19
1. Pengertian Harga.....	19
2. Penetapan Harga.....	20
3. Indikator Harga .....	23
2.1.7 Penelitian Terdahulu .....	23
2.2 Rerangka Konseptual .....	29
2.3 Perumusan Hipotesis.....	29

2.3.1 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap	
Keputusan Pembelian .....	29
2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap	
Keputusan Pembelian .....	30
2.3.3 Pengaruh Harga Terhadap	
Keputusan Pembelian .....	31
<b>BAB 3 : METODA PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Jenis dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian .....	32
3.1.1 Jenis Penelitian .....	32
3.1.2 Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian .....	32
3.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	33
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel .....	33
3.2.2 Teknik Sampling .....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.3.1 Jenis Data .....	34
3.3.2 Sumber Data .....	34
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	34
3.4.1 Variabel .....	34
3.4.2 Definisi Operasional Variabel .....	35
3.5 Teknik Analisis Data .....	38
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	38
3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	39

1. Uji Validitas .....	39
2. Uji Reliabilitas .....	39
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3.5.4 Uji Asumsi Klasik .....	41
1. Uji Normalitas .....	41
2. Uji Heteroskedastisitas .....	41
3. Uji Multikolinearitas .....	42
3.5.5 Uji <i>Goodness of Fit</i> (Kelayakan Model) .....	43
1. Uji F .....	43
2. Uji Koefisien Determinasi Berganda .....	43
3.5.6 Pengujian Hipotesis.....	43
<b>BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	45
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	45
4.1.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	46
4.1.3 Deskriptif Hasil Penelitian .....	48
4.2 Analisis Data .....	56
4.2.1 Uji Instrumen .....	56
1. Uji Validitas .....	56
2. Uji Reliabilitas .....	57
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	58
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	59

1. Uji Normalitas .....	59
2. Uji Heteroskedastisitas .....	61
3. Uji Multikolinearitas .....	63
4.2.4 Uji <i>Goodness of Fit</i> (Kelayakan Model) .....	63
1. Uji F .....	64
2. Uji Koefisien Determinasi Berganda .....	65
4.2.5 Pengujian Hipotesis .....	66
4.2 Pembahasan .....	67
<b>BAB 5 : PENUTUP</b> .....	71
5.1 Simpulan .....	71
5.2 Saran .....	71
JADWAL PENELITIAN .....	73
DAFTAR PUSTAKA .....	74
LAMPIRAN .....	77

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu .....	27
2. Kelas Interval .....	38
3. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	46
4. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	47
5. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan .....	48
6. Kelas Interval .....	49
7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Ambassador</i> .....	50
8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi .....	52
9. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....	53
10. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian ....	55
11. Hasil Uji Validitas.....	56
12. Hasil Uji Reliabilitas .....	57
13. Hasil Regresi Linier Berganda .....	58
14. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	60
15. Hasil Uji Multikolinieritas .....	63
16. Hasil Uji F.....	64
17. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	65
18. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t) .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Proses Keputusan Pembelian .....	11
2. Rerangka Konseptual .....	29
3. Grafik Uji Normalitas .....	61
4. Grafik Uji Heteroskedastisitas .....	62

